

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA HOTEL GRAHA DI GRESIK**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen**



Diajukan Oleh :

Bramanto Arif Setiawan
0412010252 / FE / EM

**YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS EKONOMI
2010**

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA HOTEL GRAHA DI GRESIK**

SKRIPSI



Diajukan Oleh :

Bramanto Arif Setiawan
0412010252 / FE / EM

**YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS EKONOMI
2010**

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Dengan memanjatkan puji syukur kepada Allah SWT, atas rahmat dan hidayah-Nya yang diberikan kepada penyusun sehingga skripsi yang berjudul **“Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Graha Di Gresik”** dapat diselesaikan dengan baik.

Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi satu syarat penyelesaian Program Studi Pendidikan Strata Satu, Fakultas Ekonomi, Jurusan Manajemen, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Surabaya.

Dalam penelitian ini hingga selesainya skripsi penulis telah banyak mendapat bimbingan, bantuan, kesempatan serta pengorbanan baik moril maupun materiil dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati menyatakan rasa hormat dan terimakasih yang sebesar – besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Teguh Soedarto, MP selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Dhani Ichsanudin Nur, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur.
3. Bapak Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS, selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur

4. Ibu Dra. Kustini, Msi, selaku dosen pembimbing utama yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan penulis selama pembuatan skripsi.
5. Ibunda dan Ayahanda tercinta terima kasih atas doa dan limpahan kasih sayang serta dukungannya yang sangat besar.
6. Seluruh staff Dosen yang telah memberi pengarahan dalam menempuh studi di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
7. Berbagai pihak yang turut membantu dan menyediakan waktunya demi terselesainya skripsi ini yang tidak dapat penyusun sebutkan satu persatu.

Akhir kata penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan dan dapat memberi sumbangan yang berguna bagi almamater tercinta.

Wassalamu’alaikum Wr. Wb.

Surabaya, Febuari 2010

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
ABSTRAKSI.....	xi
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	8
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Hasil Penelitian Terdahulu.....	9
2.2. Landasan Teori.....	11
2.2.1. Pengertian Pemasaran.....	11
2.2.2. Perilaku Konsumen.....	13
2.2.3. Faktor–Faktor Yang Mendasari Perilaku Konsumen.....	14
2.2.4. Pengertian Jasa	18
2.2.5. Karakteristik Jasa.....	20
2.2.6. Strategi Pemasaran Jasa.....	22

2.2.7. Kunci Sukses Jasa.....	23
2.2.8. Pengertian Kualitas Layanan.....	24
2.2.9. Dimensi Pembentuk Kualitas Layanan.....	26
2.2.10. Pengertian Kepuasan Konsumen.....	28
2.2.11. Atribut-Atribut Kepuasan Konsumen	30
2.2.12. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen	32
2.3. Kerangka Konseptual.....	35
2.4. Hipotesis.....	36

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	37
3.1.1. Definisi Operasional Variabel.....	37
3.1.2. Pengukuran Variabel	41
3.2. Teknik Penentuan Sampel.....	41
3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.3.1. Jenis Data	43
3.3.2. Sumber Data	43
3.3.3. Pengumpulan Data	43
3.4. Teknik Analisis dan Pengujian Hipotesis	44
3.4.1. Uji Reliabilitas dan Validitas	44
3.4.2. Uji Outlier Univariat dan Multivariat.....	44
3.4.2.1. Uji Outlier Univariat	45
3.4.2.2. Uji Outlier Multivariat	45

3.4.3. Uji Normalitas Data.....	46
3.4.4. Analisis Menggunakan Pemodelan SEM (<i>Structural Equation Modeling</i>).....	46
3.4.5. Uji Hipotesis.....	49

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Objek Penelitian.....	51
4.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan	51
4.1.2. Letak Geografis	52
4.1.3. Perkembangan Fasilitas.....	53
4.1.4. Tujuan Perusahaan	54
4.1.5. Struktur Organisasi	56
4.2. Deskripsi Hasil Penelitian	58
4.2.1. Hasil Jawaban Responden Tentang Bukti Fisik.....	60
4.2.2. Hasil Jawaban Responden Tentang Keandalan.....	62
4.2.3. Hasil Jawaban Responden Tentang Ketangapan..	64
4.2.4. Hasil Jawaban Responden Tentang Jaminan	66
4.2.5. Hasil Jawaban Responden Tentang Kepedulian	68
4.2.6. Hasil Jawaban Responden Tentang Produk	70
4.2.7. Hasil Jawaban Responden Tentang Pelayanan	74
4.2.8. Hasil Jawaban Responden Tentang Pembelian.....	76
4.3. Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	79
4.3.1. Uji Validitas	79
4.3.2. Uji Reliabilitas	80

4.3.3. Uji Normalitas	83
4.3.4. Uji <i>Multicollinierity dan Singularity</i>	84
4.3.5. Uji <i>Outlier</i>	84
4.3.6. <i>Structural Equation Modeling (SEM)</i> dan Pengujian Hipotesis.....	85
4.3.6.1. Evaluasi <i>Model One-Step Approach to SEM</i>	85
4.3.6.2. Uji Kausalitas	90
4.4. Pembahasan.....	91
4.4.1. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen	91

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	94
5.2. Saran.....	94

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Peningkatan Jumlah Surat Komplain di Hotel Graha Gresik Pada Periode Tahun 2004–2008.....	5
Tabel 3.1	<i>Good of Fit Indices</i>	50
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	59
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	60
Tabel 4.4	Frekuensi hasil jawaban responden mengenai bukti fisik.....	61
Tabel 4.5	Frekuensi hasil jawaban responden mengenai keandalan.....	63
Tabel 4.6	Frekuensi hasil jawaban responden mengenai ketanggapan ..	65
Tabel 4.7	Frekuensi hasil jawaban responden mengenai jaminan	67
Tabel 4.8	Frekuensi hasil jawaban responden mengenai kepedulian....	69
Tabel 4.9	Frekuensi hasil jawaban responden mengenai produk.....	71
Tabel 4.10	Frekuensi hasil jawaban responden mengenai pelayanan	74
Tabel 4.11	Frekuensi hasil jawaban responden mengenai pembelian	76
Tabel 4.12	Standardize Faktor Loading dan <i>construct</i> dengan <i>confirmatory factor analysis</i>	79
Tabel 4.13	Pengujian <i>Reliability Consistency Internal</i>	80
Tabel 4.14	Perhitungan <i>Contruct Reliability</i> dan <i>Variance Extracted</i>	82
Tabel 4.15	<i>Assesment of normality</i>	83
Tabel 4.16	Uji <i>Outlier Multivariate</i>	85
Tabel 4.17	Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i>	87
Tabel 4.18	Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> Modifikasi.....	88

Tabel 4.19	Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> Modifikasi.....	90
Tabel 4.20	Uji Kausalitas Antar Faktor [<i>Standardize Regression</i>].....	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	15
Gambar 2.2.	Kerangka Konseptual	35
Gambar 3.1	Model Pengukuran Faktor Keterlibatan Konsumen.....	47
Gambar 3.2	Model Pengukuran Faktor Kepercayaan Merek	48
Gambar 3.3	Model Pengukuran Faktor Keputusan Pembelian.....	49
Gambar 3.5	Structural Equation Modelling Two – Step Approach.....	54
Gambar 4.1	Struktur Organisasi Graha Hotel Gresik	57
Gambar 4.2	MODEL PENGUKURAN DAN STRUKTURAL <i>Service Quality</i> dan <i>Customer Satisfaction</i> . <i>Model Specification : One Step Approach-Base Model</i>	86
Gambar 4.3	MODEL PENGUKURAN DAN STRUKTURAL <i>Service Quality</i> dan <i>Customer Satisfaction</i> . <i>Model Specification : One Step Approach-Eliminasi</i>	88
Gambar 4.4	MODEL PENGUKURAN DAN STRUKTURAL <i>Service Quality</i> dan <i>Customer Satisfaction</i> . <i>Model Specification : One Step Approach-Eliminasi-Modifikasi</i>	89

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

Lampiran 2. Hasil Tanggapan Responden

Lampiran 3. Hasil Perhitungan *Structural Equation Modeling*

Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Graha Di Gresik

Oleh :

Bramanto Arif Setiawan

Abstraksi

Dalam persaingan yang kompetitif perusahaan jasa haruslah menonjolkan kualitas dari jasa yang ditawarkan. Kualitas jasa dari sebuah perusahaan jasa merupakan faktor yang sangat penting untuk memperoleh keberhasilan dalam suatu lingkungan yang sangat kompetitif. Keberhasilan dari sebuah perusahaan jasa ditandai dengan banyaknya konsumen yang merasa puas terhadap kualitas jasa yang diberikan. Kualitas jasa yang baik merupakan hal yang sangat penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan, namun untuk memahami bagaimana mengevaluasi kualitas yang diterima oleh konsumen tidaklah mudah. Oleh karena jasa merupakan kinerja dan tidak dapat dirasakan seperti barang, maka konsumen cenderung mencari dan memperhatikan bukti langsung kualitas (*tangibles*) yang ditawarkan jasa perhotelan. Jika konsumen merasa kurang puas dengan jasa yang di terima maka konsumen akan melakukan keluhan atau berpindah langsung ke pesaing lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Graha Gresik.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu data yang diperoleh peneliti dari hasil jawaban responden dengan menyebarkan kuesioner kepada responden atau tamu hotel Graha Gresik. Teknik analisis yang digunakan adalah path diagram yang akan mempermudah untuk melihat hubungan kausalitas yang akan diuji dengan menggunakan SEM (*Structural Equation Modeling*).

Hasil pengujian memperlihatkan bahwa Faktor *Service Quality* berpengaruh signifikan positif terhadap Faktor *Customer Satisfaction* pada Hotel Graha di Gresik.

Keyword : Kualitas Layanan (*Service Quality*) dan Kepuasan Konsumen (*Customer Satisfaction*)

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada era globalisasi ini, kualitas dipandang sebagai salah satu alat untuk mencapai keunggulan kompetitif, karena kualitas merupakan salah satu faktor utama yang menentukan pemilihan produk dan jasa bagi konsumen. Tujuan dari organisasi bisnis adalah untuk menghasilkan barang dan jasa yang dapat memuaskan konsumen. Kepuasan konsumen akan tercapai apabila kualitas produk dan jasa yang diberikan sesuai dengan kebutuhannya.

Kebutuhan akan jasa yang berkualitas dari seorang konsumen membuat perkembangan dalam sektor jasa semakin pesat. Dengan banyak perusahaan-perusahaan jasa yang berdiri, akan tetapi tidak banyak yang berhasil dalam jangka panjang karena tanpa ditunjang dengan manajemen yang profesional. Pada dasarnya suatu perusahaan jasa itu sudah dilengkapi dengan manajemen yang profesional, tetapi mungkin dalam penerapannya tidak sesuai dengan lingkungan internal maupun eksternal dari suatu perusahaan jasa.

Dengan bermunculnya perusahaan jasa yang begitu banyak maka persaingan dalam sektor jasa akan sangat kompetitif. Dalam persaingan yang kompetitif perusahaan jasa haruslah menonjolkan kualitas dari jasa yang ditawarkan. Kualitas jasa dari sebuah perusahaan jasa merupakan faktor yang sangat penting untuk memperoleh keberhasilan dalam suatu lingkungan yang

sangat kompetitif. Keberhasilan dari sebuah perusahaan jasa ditandai dengan banyaknya konsumen yang merasa puas terhadap kualitas jasa yang diberikan. Pada sebuah bisnis jasa, kualitas dari hasil jasa yang dikeluarkan akan sangat sulit di evaluasi. Hal ini dikarenakan dengan sifat jasa yang tak berwujud. Jasa merupakan suatu tindakan ekonomi yang menciptakan nilai dan keuntungan kepada konsumen pada waktu dan tempat yang spesifik. Jadi jasa merupakan suatu tindakan yang tak terlihat sehingga susah untuk di evaluasi.

Kualitas jasa yang baik merupakan hal yang sangat penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan, namun untuk memahami bagaimana mengevaluasi kualitas yang diterima oleh konsumen tidaklah mudah. Kurtz dan Clow (1998) dalam Munawaroh (2000 : 177) menyatakan bahwa kualitas jasa lebih sukar untuk dievaluasi dibandingkan dengan kualitas barang. Kualitas jasa tidak diciptakan melalui proses produksi dalam pabrik untuk kemudian diserahkan kepada konsumen sebagaimana kualitas barang. Sebagian besar kualitas jasa diberikan selama penyerahan jasa terjadi dalam proses interaksi diantara konsumen dan terdapat kontak personil dengan penyelenggara jasa tersebut.

Industri pariwisata khususnya di bidang perhotelan merupakan industri yang fluktuatif, karena tinggi rendahnya tingkat hunian hotel sangatlah dipengaruhi oleh dua faktor eksternal dan internal. Faktor eksternal adalah faktor dari luar perusahaan yaitu faktor sosial, ekonomi, dan kebijakan-kebijakan pemerintah. Sedangkan yang dimaksud faktor internal disini ialah

faktor dari dalam hotel itu sendiri yaitu fasilitas-fasilitas apa saja yang dimiliki oleh hotel dan juga kualitas pelayanannya.

Persaingan diantara pengusaha hotel, dapat dilihat dengan adanya berbagai macam fasilitas tambahan yang ditawarkan oleh pihak hotel kepada konsumen, antara lain jasa transportasi, potongan harga pada hari-hari tertentu. Salah satu faktor yang tidak kalah pentingnya telah dilakukan oleh Hotel Graha adalah upaya peningkatan kualitas jasa. Oleh karena jasa merupakan kinerja dan tidak dapat dirasakan seperti barang, maka konsumen cenderung mencari dan memperhatikan bukti langsung kualitas (*tangibles*) yang ditawarkan jasa perhotelan. Bukti kualitas jasa tersebut berupa kualitas fisik hotel, sarana perlengkapan yang tersedia, pegawai yang dapat berkomunikasi dengan baik dan mampu memberikan pelayanan seperti yang dijanjikan jasa perhotelan.

Hotel merupakan salah satu akomodasi komersial yang menyediakan akomodasi pelayanan penginapan, makanan dan minuman bagi siapa saja yang memerlukannya. Tiap hotel akan berusaha memberikan nilai tambah yang berbeda terhadap produk jasa serta pelayanan yang diberikan kepada konsumen (tamu). Hal ini dilakukan karena adanya kenyataan bahwa konsumen yang tidak puas terhadap barang atau jasa yang dikonsumsi akan mencari penyedia barang atau jasa dari perusahaan lain yang mampu memuaskan kebutuhannya. Sangat penting bagi pihak hotel mempunyai keunggulan kompetitif. Untuk mendapatkan keunggulan kompetitif, maka pihak hotel dituntut untuk memuaskan konsumennya. Sehingga strategi yang

didasarkan pada komitmen manajemen untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan memuaskan konsumen secara terus menerus. Dengan penambahan nilai tambah inilah yang akan membuat satu hotel berbeda dari yang lainnya dan membuat konsumen percaya dan yakin terhadap keunggulan yang diberikan hotel tersebut yang akhirnya menyebabkan mengapa orang punya alasan sendiri memilih hotel itu dan akan mempunyai komitmen untuk memilih hotel itu kembali dibanding dengan hotel yang lainnya.

Banyak faktor yang bisa menyebabkan lesunya tingkat hunian kamar hotel seperti pelayanan yang diberikan pihak hotel terhadap tamu yang kurang maksimal dimulai dari proses konsumen mendaftarkan diri untuk menginap (*check in*), selama tamu menginap (*stay*) sampai tamu meninggalkan hotel (*check out*). Selain itu juga fasilitas yang disediakan oleh pihak hotel terhadap tamu yang menginap seperti tempat parkir, sarana olah raga, *laundry* dan restaurant, apakah sudah sesuai dengan kepuasan yang diinginkan pihak tamu yang menginap di Hotel Graha Gresik.

Jika konsumen merasa kurang puas dengan jasa yang di terima maka konsumen itu mungkin akan melakukan beberapa tindakan yaitu melakukan keluhan atau berpindah langsung ke pesaing lainnya. Keluhan konsumen itu diakibatkan oleh kualitas dari jasa yang diberikan kurang memuaskan. Keluhan konsumen ini bisa terjadi karena karyawan Hotel Graha Gresik kurang sopan terhadap konsumen, bukti-bukti fisik tidak nyaman, keterlambatan dalam proses penyampaian jasa, dan lain-lainnya. Perilaku keluhan konsumen terhadap suatu kegagalan jasa ini sangatlah bermacam-

macam, misalnya konsumen langsung mengeluh pada karyawan yang menyampaikan jasa, konsumen mengeluh pada kerabat dekatnya, dan konsumen mengeluh pada pihak ketiga. Konsumen yang mengeluh sangatlah dibutuhkan oleh Hotel Graha Gresik. Hal ini berarti bahwa Hotel Graha Gresik masih diberi kesempatan untuk memperbaiki kualitas jasa yang telah disampaikan kepada konsumen. Jika penanganan keluhan konsumen ini dapat dilakukan dengan baik maka tingkat kepuasan yang akan diterima oleh konsumen akan semakin tinggi. Jadi penanganan terhadap keluhan konsumen ini haruslah dilakukan secara efektif sehingga konsumen akan merasa lebih terpuaskan dan akan kembali kepada perusahaan jasa tersebut.

Pada periode tahun 2004 sampai tahun 2008 diperoleh data mengenai surat komplain yang masuk di Hotel Graha Gresik, sebagai berikut :

Tabel 1.1. Peningkatan Jumlah Surat Komplain di Hotel Graha Gresik Pada Periode Tahun 2004–2008

No	Tahun	Surat Komplain (buah)	Peningkatan	Pertumbuhan (%)
1	2004	105		
2	2005	138	33	31,43
3	2006	152	14	10,14
4	2007	198	46	30,26
5	2008	215	17	8,59

Sumber : Hotel Graha Gresik.

Dari tabel diatas diperoleh bahwa pada tahun 2004 surat komplain yang masuk sebanyak 105 buah, tahun 2005 surat komplain yang masuk meningkat sebanyak 138 buah (31,43%), tahun 2006 surat komplain yang masuk sebanyak 152 buah (10,14%), dan pada tahun 2007 surat komplain yang masuk sebanyak 198 buah (30,26%). Kemudian pada tahun 2008 surat

komplain yang masuk masih meningkat yaitu sebanyak 215 buah (8,59%). Data ini menunjukkan bahwa jumlah surat komplain yang masuk di Hotel Graha Gresik menunjukkan adanya peningkatan selama lima tahun terakhir. Adapun data surat komplain tersebut antara lain : merasa tidak adanya tanggapan dari pihak Hotel Graha Gresik terhadap keluhan yang disampaikan oleh para pengunjung hotel, layanan yang tidak tepat waktu dan tidak adanya fasilitas tambahan yang disediakan oleh pihak Hotel Graha Gresik.

Menurut pendapat dari Sulastiyono, (1999 : 113) bahwa kotornya kamar, kurangnya fasilitas, lambatnya penanganan kedatangan/keberangkatan tamu merupakan sumber datangnya keluhan-keluhan tamu. Tamu selalu menginginkan segala kebutuhannya dapat dipenuhi oleh hotel tempat ia menginap, hal tersebut wajar mengingat bahwa tamu mengharapkan mendapatkan kontraprestasi yang seimbang dengan biaya yang telah dikeluarkan selama menginap. Oleh sebab itu, apapun jenis keluhan tamu harus dapat diselesaikan dengan baik.

Perusahaan jasa harus berfokus secara khusus pada layanan pelanggan dan mempertahankan tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan kajian berkesinambungan. Biasanya ada kebutuhan akan sistem keluhan atau komplain yang memungkinkan para pelanggan yang tidak puas teridentifikasi dan tindakan korektif diambil. Selain itu perusahaan jasa harus terus beradaptasi dengan kebutuhan pelanggan yang selalu berubah dalam hal layanan pelanggan. (Kesumawatie dan Sukowaty, 2005 : 29).

Sebagai perusahaan jasa yang melayani konsumen maka Hotel Graha Gresik harus memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya pada konsumen. Karena keluhan yang sering terjadi seperti keluhan di atas, harus diatasi segera dengan penanganan yang profesional untuk menciptakan kepuasan pada konsumen. Menurut Cronin dan Taylor (1992 : 55), bahwa dengan kualitas layanan yang baik akan menciptakan kepuasan pelanggan. Kualitas layanan yang baik serta kepuasan konsumen tersebut dapat mempengaruhi intensitas kunjungan konsumen pada kesempatan berikutnya pada badan usaha tersebut. Berdasarkan hal tersebut, maka penyusunan skripsi ini mengambil judul pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Graha Gresik.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

“Apakah terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Graha Gresik ?”

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah :

“Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Graha Gresik”.

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil yang diperoleh diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan dan berhubungan dengan obyek penelitian antara lain :

1. Bagi Pihak Hotel Graha Gresik

Penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan sumbangan yang berarti bagi pihak hotel sebagai dasar penelitian dalam pengambilan keputusan dimasa yang akan datang dan dapat digunakan sebagai pertimbangan maupun bahan informasi dalam rangka mengatasi permasalahan yang ada kaitannya dengan kepuasan konsumen di Hotel Graha Gresik.

2. Bagi Fakultas

Dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi ilmu pengetahuan bagi akademika Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Veteran Surabaya.

3. Bagi peneliti

Penelitian ini merupakan kesempatan untuk mengetahui sejauh mana teori-teori yang sekarang ini diperoleh dapat diterapkan dalam praktek.